

5.0 crédits ECTS

30.0 h

2q

Enseignants:	Swaen Valérie ;
Langue d'enseignement:	Français
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Thèmes abordés :	Les étudiants approfondiront les concepts d'audit marketing, de segmentation et de positionnement. Ils traduiront les choix stratégiques dans la réalisation du marketing mix. Des études de cas ainsi qu'un jeu de simulation informatique seront proposés aux étudiants.
Acquis d'apprentissage	<p>L'objectif de ce cours est d'approfondir les concepts de marketing stratégiques et opérationnels vus dans le cours de base en marketing. Les concepts seront mis en pratique par l'utilisation de cas dans divers secteurs d'activité. Ils seront capables à la fin de ce cours de développer un plan marketing stratégique global pour une marque donnée</p> <p><i>La contribution de cette UE au développement et à la maîtrise des compétences et acquis du (des) programme(s) est accessible à la fin de cette fiche, dans la partie « Programmes/formations proposant cette unité d'enseignement (UE) ».</i></p>
Contenu :	Activités en présentiel X Exposés magistraux X Exercices/TP X Apprentissage par problème X Jeu de rôle/simulation Activités hors présentiel X Lectures préparatoires X Préparation des exercices X Rédaction de travaux X Préparation de présentations

Autres infos :	<p>Pré-requis Marketing de base (stratégique et opérationnel)  Evaluation : Examen et présentation par groupe et/ou en individuel  Support : Textbook référencé et transparents fournis via iCampus  Références : Fournies durant le cours  Encadrement : Réception hebdomadaire du professeur  Autres : -</p> <p>Eléments d'internationalisation</p> <p>Interventions d'entreprises  X conférence  X étude de cas  X jeu d'entreprise  X intervenant du monde de l'entreprise</p> <p>Compétences transversales  X0 présentation orale  X0 rédaction écrite  X0 travail de groupe</p> <p>Techniques  X outils informatiques  X simulation</p>
Cycle et année d'étude: :	<p><a href="#">&gt; Master [120] en sciences de gestion</a>  <a href="#">&gt; Master [120] en sciences de gestion</a></p>
Faculté ou entité en charge:	CLSM